# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 25 octobre 2016

Mediametrie

# Audience Internet Ordinateur en France en septembre 2016

## ¼ des Français sur les sites d'Emploi / Carrière

En septembre 2016, 14,9 millions d'internautes ont consulté au moins un site d'Emploi / Carrière depuis leur ordinateur, soit près d'un Français sur 4 (24%). Chaque jour, ils étaient en moyenne 1,8 million à visiter cette sous-catégorie de sites, chacun y consacrant en moyenne plus de 8 minutes.

C'est durant la semaine que sont principalement consultés les sites d'Emploi / Carrière avec 2 millions de visiteurs uniques en moyenne du lundi au vendredi vs. 1,3 million le week-end.

Les 25-34 ans sont particulièrement nombreux sur ces sites : 41,1% des Français de cette tranche d'âge en ont consulté au moins un en septembre 2016. Ils représentent 20,9% de l'audience de la sous-catégorie alors qu'ils composent 13,4% de la population internaute sur ordinateur.
Les CSP+ font également partie des principaux visiteurs des sites d'Emploi / Carrière. En effet, près d'un Français CSP+ sur 2 s'est rendu au moins une fois sur un de ces sites au cours du mois (44,8%).

En tête des sites les plus visités en septembre 2016, on retrouve Pôle Emploi avec 7,3 millions de visiteurs uniques, soit près de 12% des Français. Indeed et Leboncoin.fr occupent les 2ème et 3ème places avec près de 2,8 millions de visiteurs uniques au cours du mois. Les sites Meteojob et APEC se positionnent aux 4ème et 5ème rangs avec environ 1 million de visiteurs uniques.

**Top 5 des sites d'Emploi / Carrière les plus visités en septembre 2016**

| Rang | Brands / Channels | Visiteurs uniques mensuels | Couverture visiteurs uniques | Couverture France Entière |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Pole Emploi | **7 302 000** | 15,5% | 11,7% |
| 2 | Indeed | **2 794 000** | 5,9% | 4,5% |
| 3 | *Leboncoin.fr Emploi - TS ACPM* | **2 783 000** | 5,9% | 4,5% |
| 4 | Meteojob - TS | **1 040 000** | 2,2% | 1,7% |
| 5 | APEC | **989 000** | 2,1% | 1,6% |

*Les channels sont mentionnés en italique.*

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en septembre 2016

## Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs Uniques par mois |
|---|---|---|
| 1 | Google | 41 434 000 |
| 2 | Microsoft | 35 303 000 |
| 3 | Facebook | 27 061 000 |
| 4 | Groupe Figaro CCM Benchmark | 22 799 000 |
| 5 | Solocal Group | 19 617 000 |
| 6 | Orange | 19 612 000 |
| 7 | Webedia | 18 521 000 |
| 8 | Schibsted | 18 035 000 |
| 9 | Wikimedia Foundation | 16 001 000 |
| 10 | Amazon | 14 891 000 |
| 11 | Iliad | 14 325 000 |
| 12 | Groupe Lagardere | 14 185 000 |
| 13 | Prisma Media | 13 717 000 |
| 14 | Vivendi | 13 402 000 |
| 15 | M6 | 13 031 000 |
| 16 | La Poste | 12 317 000 |
| 17 | Groupe Auchan | 12 213 000 |
| 18 | Groupe Le Monde | 11 872 000 |
| 19 | Groupe Credit Agricole | 11 746 000 |
| 20 | Yahoo | 11 679 000 |
| 21 | Groupe Casino | 11 228 000 |
| 22 | francetélévisions | 10 345 000 |
| 23 | Groupe Numericable - SFR | 10 169 000 |
| 24 | Ministere de l Education Nationale | 10 002 000 |
| 25 | eBay | 9 523 000 |
| 26 | auFeminin | 9 033 000 |
| 27 | Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie | 9 006 000 |
| 28 | Gouvernement Francais | 8 958 000 |
| 29 | Next Radio TV | 8 759 000 |
| 30 | Altice Media Group | 8 676 000 |
| 31 | Apple Computer | 8 353 000 |
| 32 | Association VideoLAN | 7 946 000 |
| 33 | Fnac | 7 944 000 |
| 34 | Groupe TF1 | 7 887 000 |
| 35 | Carrefour | 7 851 000 |
| 36 | SNCF France | 7 726 000 |
| 37 | Pole Emploi | 7 351 000 |
| 38 | Meteo France | 7 058 000 |
| 39 | Mondadori | 6 761 000 |
| 40 | Assurance Maladie | 6 504 000 |
| 41 | Pinterest.com | 6 148 000 |
| 42 | Caisse Nationale Allocations Familiales CNAF | 6 070 000 |
| 43 | 20 Minutes France | 6 056 000 |
| 44 | Groupe Le Parisien | 6 050 000 |
| 45 | Societe Generale | 5 969 000 |
| 46 | Michelin | 5 871 000 |
| 47 | Credit Mutuel | 5 746 000 |
| 48 | Twitter | 5 742 000 |
| 49 | OTTO | 5 719 000 |
| 50 | Kingfisher | 5 654 000 |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en septembre 2016

# Le Top 50 des Sites les plus visités en France

| Rang | Marques B | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 40 415 000 | 15 859 000 |
| 2 | Facebook | 26 905 000 | 8 496 000 |
| 3 | Microsoft | 23 996 000 | 3 095 000 |
| 4 | YouTube | 23 397 000 | 4 054 000 |
| 5 | Orange - T | 18 439 000 | 5 036 000 |
| 6 | Leboncoin.fr - TS ACPM | 18 033 000 | 2 673 000 |
| 7 | Wikipedia | 15 737 000 | 1 541 000 |
| 8 | Skype | 14 631 000 | 3 703 000 |
| 9 | PagesJaunes | 14 487 000 | 1 149 000 |
| 10 | Amazon | 14 392 000 | 1 485 000 |
| 11 | Windows Live | 14 234 000 | 1 688 000 |
| 12 | Free | 13 786 000 | 1 617 000 |
| 13 | Yahoo - T | 10 431 000 | 2 262 000 |
| 14 | MSN - T | 10 301 000 | 2 109 000 |
| 15 | Cdiscount | 10 227 000 | 810 000 |
| 16 | Bing | 9 913 000 | 1 598 000 |
| 17 | Outlook (Outlook.com) | 9 435 000 | 2 194 000 |
| 18 | SFR | 9 432 000 | 1 877 000 |
| 19 | Le Figaro - TS ACPM | 8 821 000 | 818 000 |
| 20 | CommentCaMarche - TS | 8 745 000 | 501 000 |
| 21 | Blogger | 8 736 000 | 628 000 |
| 22 | Linternaute.com - TS | 8 724 000 | 510 000 |
| 23 | impots.gouv.fr | 8 699 000 | 533 000 |
| 24 | Apple | 8 339 000 | 835 000 |
| 25 | Mappy | 8 018 000 | 506 000 |
| 26 | Videolan | 7 946 000 | 1 121 000 |
| 27 | Credit Agricole | 7 944 000 | 1 399 000 |
| 28 | Fnac | 7 935 000 | 538 000 |
| 29 | Le Monde - TS ACPM | 7 495 000 | 717 000 |
| 30 | OverBlog | 7 328 000 | 444 000 |
| 31 | Pole Emploi | 7 302 000 | 831 000 |
| 32 | eBay | 7 064 000 | 804 000 |
| 33 | Meteo France - TS | 7 058 000 | 797 000 |
| 34 | LA POSTE | 6 954 000 | 1 011 000 |
| 35 | Tele Loisirs - TS ACPM | 6 670 000 | 904 000 |
| 36 | franceinfo - TS ACPM | 6 661 000 | 471 000 |
| 37 | Assurance Maladie | 6 495 000 | 489 000 |
| 38 | AlloCine - TS | 6 390 000 | 460 000 |
| 39 | Le Journal des Femmes - TS | 6 345 000 | 345 000 |
| 40 | Service-Public.fr | 6 170 000 | 345 000 |
| 41 | Pinterest | 6 148 000 | 458 000 |
| 42 | 20minutes.fr - TS ACPM | 6 056 000 | 533 000 |
| 43 | Le Parisien - TS ACPM | 6 050 000 | 426 000 |
| 44 | Marmiton - TS | 6 041 000 | 335 000 |
| 45 | Voyages-Sncf.com | 5 942 000 | 408 000 |
| 46 | caf.fr | 5 925 000 | 416 000 |
| 47 | BFM TV - TS ACPM | 5 867 000 | 425 000 |
| 48 | France Televisions - TS ACPM | 5 847 000 | 470 000 |
| 49 | Twitter | 5 740 000 | 653 000 |
| 50 | L Express - TS ACPM | 5 559 000 | 360 000 |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Définitions et méthodologie

**Groupe ou Parent (P)** : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

**Marque ou Brand (B)** : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

**Channel (C)** : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

**Visiteurs Uniques par mois** : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

**Visiteurs Uniques par jour** : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

**Application Internet** : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois de septembre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

## La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

## *A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings*

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.*

*Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*Web : www.mediametrie.fr*
*Twitter : www.twitter.com/Mediametrie*
*Facebook : www.facebook.com/Mediametrie*

**Contact Presse :**
*Benoit David*
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr